

Е. К. Василевская
Научный руководитель: Е. В. Головнева
*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ

Аннотация: в статье ставится задача рассмотреть основные проблемы интернет-продвижения бухгалтерских услуг в сети Интернет. В настоящее время отсутствует современный подход рекламирования услуг бухгалтера, в связи с чем бухгалтерские компании теряют прибыль, а новые молодые предприниматели не совсем понимают значимость бухгалтера, в связи с чем в дальнейшем возникают различные финансовые и отчетные проблемы. Зачастую видно, что на современных площадках для продвижения (Instagram, TikTok и др.) не используются в должной мере или совсем не используются. В данной работе рассмотрены основные минусы отсутствия взаимодействия продвижения бухгалтерских услуг на современных площадках для продвижения в сети Интернет, а также то, к каким последствиям это приводит. Кроме того, предложены рекомендации для устранения выявленных проблем.

Ключевые слова: Бухгалтерские услуги, интернет-продвижение, реклама, предпринимательская деятельность, аутсорсинг.

E. K. Vasilevskaya
Scientific supervisor: E. V. Golovneva
*Ural Federal University
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin
Ekaterinburg*

MODERN PROBLEMS OF ONLINE PROMOTION OF ACCOUNTING SERVICES

Abstract: the article aims to consider the main problems of online promotion of accounting services on the Internet. Currently, there is no modern approach to advertising the services of an accountant, and therefore, accounting companies lose profits, and new young entrepreneurs do not fully understand the importance of an accountant, and therefore various financial and reporting problems arise in the future. It is often seen that the modern platforms for promotion («Instagram», «TikTok» and others) are not used properly or at all. In this paper, the main disadvantages of the lack of interaction between the promotion of accounting services on modern platforms for promotion on the Internet are considered, as well as the consequences of this. In addition, recommendations are offered to eliminate the identified problems.

Keywords: Accounting services, Internet promotion, advertising, business activities, outsourcing.

Современные информационные технологии проникли во все сферы жизни населения нашей страны. За последние 30 лет произошли колоссальные изменения в информационной среде, которые определили информацию как основной ресурс экономического развития не только в развитых странах Запада, но и в нашей стране.

Конечно, наибольший вклад во все это внесла сеть Интернет, в настоящее время в России насчитывается 118 млн интернет-пользователей [1]. А в период наступившей в 2020 г. пандемии число постоянных пользователей только растет, так как теперь это заменяет и работу, и учебу. По статистике среднее количество времени, проведенного онлайн, на человека составляет 7 час. 17 мин.

Самыми посещаемыми сайтами в России являются в основном интернет-магазины и социальные сети, что и определяет площадку для поиска будущих клиентов.

Рост потребителей Интернета выявил новый рекламный рынок, и в последнее время он настолько перенасыщен потоками информации, алгоритмами вычисления потребителей,

что это становится по-настоящему тяжелой конкурентной площадкой для рекламодателей.

Но, с другой стороны, удручает положение продвижения бухгалтерских услуг. Зачастую, к сожалению, это только односторонние сайты, созданные на таких платформах, как Tilda, Wix и объявления на сайтах «Фриланс» и других площадках по продвижению услуг. Каждый день набирают все большую популярность новые социальные сети, в которых зачастую сидят молодые люди, которые в том числе нацелены на создание своего собственного бизнеса и другой предпринимательской деятельности, но, к сожалению, данные площадки никак не рассматриваются, упуская огромный процент будущих клиентов.

В настоящее время огромную популярность среди среднего и малого бизнеса занимает бухгалтерский аутсорсинг, данные компании позволяют облегчить бухгалтерский учет компании, избежать огромных затрат на штатных бухгалтеров и чаще всего имеют проверенную репутацию специалистов, что позволяет избежать риска обращения к неопытному сотруднику.

В целях завоевания доверия целевой аудитории необходимо правильно продвигать и олицетворять свой бренд, так как аутсорсинг — это удаленная компания, все процессы взаимодействия идут через Интернет и телефонные звонки, т.е. минимальное живое взаимодействие, а значит, и весь упор в продвижении необходимо делать в Интернете.

В современных условиях с активно растущими изменениями в Интернете необходимо уметь быстро подстраиваться под психологию будущих клиентов. На сегодняшний день нет необходимости предоставлять рекламную информацию «в лоб», необходимо удивлять аудиторию, предлагать что-то свежее и инновационное, т.е. необходимы нетрадиционные методы.

Все это заставляет применять в продвижении следующие инструменты:

- продвижение путем создания контента, т.е. блога, статей, обучающих или развивающих видеороликов;
- контекстная реклама – на самом деле очень распространенный способ продвижения, и назвать его инновационным не совсем корректно;
- создание клиентских чатов в мессенджерах, создание отдельных площадок для отдельных специалистов;

- продвижение в социальных сетях;
- и т. д.

Проанализировав несколько популярных компаний по предоставлению бухгалтерских услуг, было выявлено, что зачастую сайты не настроены на продвижение: отсутствует аналитика, не имеется индивидуальность для продвижения и запоминания, слабые системы лояльности и нет никакого брендинга.

Все это говорит о слабом продвижении бухгалтерских услуг и отсутствии понимания о бренде и репутации компании.

Таким образом, к проблемам продвижения бухгалтерских услуг чаще всего относится отсутствие:

- нейминга, в том числе и логотипа, цветокоррекции и других дизайнерских недочетов;
- отсутствие специальных предложений и других форм лояльности;
- недостаточная информация в Интернете о гарантии, способах оплаты, отзывах и другой репутационной информации;
- плохое ведение социальных сетей или их отсутствие;
- отсутствие взаимодействия с клиентом;
- и т. д.

Для устранения всех указанных недостатков предложены следующие рекомендации.

Для начала необходимо улучшить продвижение существующего сайта по предоставлению бухгалтерских услуг:

- настроить аналитическую систему на сайте;
- произвести индексацию страниц в поисковых системах, т. е. исключить дубликаты сайта и его копии;
- проверить технические факторы, т. е. корректно ли настроен сайт, удостовериться в отсутствии циклических и битых ссылок, убедиться в наличии мобильной версии сайта и отсутствии вирусного ПО;
- провести внутреннюю оптимизацию сайта, т. е. правильно настроить навигацию, убедиться в отсутствии скрытого текста и др.;
- структура сайта должна быть простой и понятной;
- необходимо адаптировать профессиональные слова на обычный язык, понятный широкой аудитории;
- наполнение сайта бухгалтерских услуг должен осуществлять профессионал данной отрасли;

— на сайте необходимо указать максимальное количество вариантов для связи, но при этом не перегрузить сайт данной информацией во избежание путаницы посетителей сайта;

— оптимизировать карточки бухгалтерских услуг для сайта.

Такой подход позволит зарекомендовать компанию на рынке как профессионалов своего дела и повысит доверие аудитории.

Далее необходимо произвести рекомендательные работы по продвижению бухгалтерских услуг в социальных сетях:

Продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях — это самый короткий путь к доступу целевой аудитории, т.е. через данные площадки можно не только рассказывать о преимуществах вашей компании, но и показать себя как эксперта, а также имеется возможность прямого взаимодействия с клиентами.

Рекомендуемый список социальных сетей:

- ВКонтакте;
- Одноклассники;
- Facebook;
- Instagram;
- Twitter.com;
- YouTube;
- Zen.yandex.ru;
- TikTok;
- Telegram, WhatsApp.

В любой социальной сети необходимо добавить следующие элементы:

- название группы или сообщества (т.е. название компании);
- «аватарку», чаще всего в виде логотипа бренда вашей компании;
- меню или закрепленный пост, записи, истории;
- краткое описание, информация;
- фотографии;
- видеозаписи, в формате блога, рекламы или подкаста;
- обсуждения, опросы, конкурсы;
- отзывы;
- аудиозаписи, прямые эфиры;
- фото лицензий и официальных документов, подтверждающих профессионализм.

В целях работоспособности социальных сетей, следует ежедневно проводить мониторинг комментариев, сообщений, публи-

кацию постов и историй.

Ежемесячно необходимо составлять контент-план, производить аналитику и мониторинг конкурентов.

Возможны следующие варианты контента и постов в социальных сетях:

- вопросы, опросы;
- анонсы;
- лонгриды;
- личные мысли по теме;
- визуализация цитат;
- прямые трансляции;
- подкасты;
- новости;
- цитаты лидеров мнений отрасли;
- обыгрывание трендов;
- тематический юмор;
- исторические справки;
- конкурсы и т. п.

А также продвижение бухгалтерских услуг в других ресурсах:

- Яндекс. Карты, 2ГИС;
- Яндекс. Дзен;
- Яндекс. Услуги;
- Яндекс. Бизнес;
- агрегаторы, маркетплейсы и классифайды;
- сайты-отзовики;
- сайты с объявлениями;
- информационные ресурсы;
- отраслевые сайты и др.

Таким образом, на рынке бухгалтерских услуг на сегодняшний день есть огромный потенциал по приобретению навыков эффективного использования интернет-технологий в целях продвижения. В работе были выявлены основные проблемы продвижения в Интернете бухгалтерских услуг, а также предложены рекомендации по их устранению.

Библиографический список

1. О digital-рынке в мире и России // Digital 2020: обзор глобального цифрового рынка. Ч. 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.sibirix.ru/2020/04/07/global-digital-report-1/> (дата обращения: 27.02.2021).